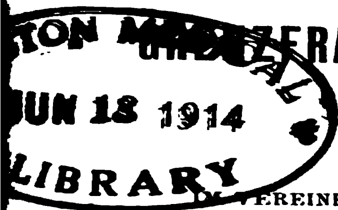


GRENZFRAGEN DES NERVEN- UND SEELENLEBENS.

EINZEL-DARSTELLUNGEN
FÜR
GEBILDETE ALLER STÄNDE.

IM VEREINE MIT HERVORRAGENDEN FACHMÄNNERN DES IN- UND AUSLANDES
HERAUSGEGEBEN VON

Dr. L. LOEWENFELD IN MÜNCHEN. UND Dr. H. KURELLA IN BRESLAU.

XII.

WIRTHSCHAFT UND MODE.

EIN BEITRAG ZUR THEORIE DER MODERNEN BEDARFSGESTALTUNG.

VON

WERNER SOMBART.

WIESBADEN.
VERLAG VON J. F. BERGMANN.
1902.

GRENZFRAGEN
DES
NERVEN- UND SEELENLEBENS.
EINZEL-DARSTELLUNGEN
FÜR
GEBILDETE ALLER STÄNDE.
IM VEREINE MIT HERVORRAGENDEN FACHMÄNNERN
DES IN- UND AUSLANDES
HERAUSGEGEBEN VON

Dr. med. L. LOEWENFELD UND Dr. med. H. KURELLA
IN MÜNCHEN. IN BRESLAU.

ZWÖLFTES HEFT:

WIRTHSCHAFT UND MODE.

EIN BEITRAG ZUR THEORIE
DER
MODERNEN BEDARFSGESTALTUNG.

VON

WERNER SOMBART.

WIESBADEN.
VERLAG VON J. F. BERGMANN.
1902.

WIRTHSCHAFT UND MODE.

EIN BEITRAG ZUR THEORIE

DER

MODERNEN BEDARFSGESTALTUNG.

VON

WERNER SOMBART.

WIESBADEN.
VERLAG VON J. F. BERGMANN.
1902.

Druck von Carl Ritter in Wiesbaden.

Vorbemerkung.

Das Werk [1]), dem die folgenden Blätter entnommen sind, hat es sich zur Aufgabe gestellt, ein Bild vom Werden und Wesen der gesammten wirthschaftlichen Kultur unserer Zeit zu geben. Dazu ist es selbstverständlich nothwendig, die Wandlungen in der Vorstellungs- und Empfindungswelt der Massen, soweit sie einen ursächlichen Zusammenhang mit dem Wirthschaftsleben haben, ebenfalls zur Darstellung zu bringen. Ganz besonders aber habe ich — im Gegensatz zu allen bisherigen Systemen der modernen Wirthschaft — mein Augenmerk gerichtet auf die Veränderungen, die die Bedarfsgestaltung der Menschen erfahren hat, weil ich der Meinung bin, dass in dem Verständniss für sie nicht nur der Schlüssel für das Verständniss der Veränderungen in der Produktionssphäre des Wirthschaftslebens liegt, sondern in ihr auch eines der wichtigsten und greifbarsten Symptome zu Tage tritt, in dem wir die Verschiebungen unseres gesammten Kulturinhalts zu erkennen vermögen: daher ihr allgemeines Interesse. Die folgenden Blätter enthalten nur einen Theil der Lehre von der Bedarfsrevolutionirung. Mögen sie in ihrer Vereinzelung vielleicht auch diesen oder jenen zu eigenem Denken anregen, so möchte ich sie doch nur gewerthet sehen in dem grossen systematischen Zusammenhang, in den sie gehören.

---

1) Der moderne Kapitalismus. 2 Bände. Leipzig. Verlag von Duncker und Humblot.

I.

Nicht jede Vermehrung des Bedarfs bedeutet eine Vereinheitlichung. Er könnte ja der Menge nach wachsen und sich der Art nach immer mannigfaltiger gestalten. Nicht jeder massenhafte Bedarf ist ein Massenbedarf in dem Sinne, wie er hier verstanden wird, d. h. ein Bedarf nach gleichförmigen Gütern. Nur ob in diesem Sinne im Verlauf der modernen Entwicklung ein Massenbedarf entsteht, haben wir hier zu untersuchen.

Und zwar nur, insoweit unabhängig von der Produktion die Bedarfsgestaltung sich uniformirt, interessirt es uns. Nicht dagegen sollen hier jene Fälle Berücksichtigung finden, wo der Producent in seinem Interesse den Käufern einheitliche Gebrauchsgüter aufdrängt. Wenn beispielsweise ein Parquetfabrikant den Geschmack in der Weise beeinflusst, dass er an Stelle kunstvoller Muster nun die sogenannten Kapuzinerböden einbürgert, Böden nämlich, die aus dachziegelartig schief nebeneinander gelegten, rechtwinkligen schmalen eichenen Brettchen bestehen. Diese Brettchen sind ein Artikel, der wie geschaffen für die Herstellung durch die Maschine ist: Alle haben gleiche Grösse, und da sie massiv sind, brauchen bei der Auswahl der Bretter keine grossen Anforderungen an die Qualität gestellt zu werden. Sondern uns interessirt nur die spontane Umformung des Bedarfs aus den Kreisen der Consumenten heraus.

Da könnte man nun daran denken, dass eine solche Vereinheitlichung allein schon im Gefolge der Bevölkerungszunahme und Reichthumsvermehrung aufträte. Und das ist gewiss auch häufig der Fall. Wenn mehr Leute als früher etwas bedürfen, ist es leicht möglich, dass nun auch mehr Menschen denselben Artikel verlangen. Das ist besonders deutlich beispielsweise bei allem Anstaltsbedarf: wenn ein Krankenhaus früher 20 und nun 200 Betten hat, so steigert sich der Bedarf an gleicher Waare um das Zehnfache. Und wenn, Dank der Zunahme der Wohlhabenheit, mehr Leute Gegenstände eines bestimmten Preises kaufen können, so mag sich ein Gebrauchsgut das ehedem nur in einzelnen Exemplaren abgesetzt wurde, nun leicht

zu einem „Massenartikel“ auswachsen. Hierher gehört alle sog. Demokratisirung alles sog. „Luxus“. Die berühmten seidenen Strümpfe bilden das Schulbeispiel. Einstmals — so erzählt schon Schopenhauer — war es ein Wahrzeichen einer Königin, wenn sie zwei Paar seidene Strümpfe besass. Heutzutage ist eine bessere Cocotte nicht mehr auf der Höhe ihrer betriebstechnisch nothwendigen Ausrüstung, wenn sie der seidenen Strümpfe entbehrt.

Ueber ein den seidenen Strümpfen entsprechendes Stück weiblichen Kleidung — den seidenen Jupon — schreibt der „Confectionär“ am 31. August 1899: „Man wird sich kaum der Uebertreibung schuldig machen, wenn man die reinseidenen Röcke aus Moiré- und Glacé-Taffet in die Reihe der Stapelgenres rangirt, so bedeutend ist die Nachfrage darin bei der Engros-Confection. Die luxuriösen Neigungen des Publikums lassen sich gerade bei den seidenen Jupons, wenn der Consum der Gegenwart mit dem vor wenigen Jahren nebeneinander gehalten wird, erkennen.“

Aber man würde sicher nicht von einer der modernen Zeit eigenen Tendenz zur Vereinheitlichung des Bedarfs sprechen dürfen, hätte es bei jenen selbstverständlichen Folgen der Bevölkerungszunahme und des Reicherwerdens sein Bewenden. Die durch sie geschaffene Vereinheitlichungstendenz würde ganz gewiss mehrfach durchkreuzt werden durch die im Verlauf der Culturentwicklung immer deutlicher hervortretende Neigung zur Differenzirung des Geschmacks. Es müssen also noch besondere Kräfte am Werk sein, wenn wir thatsächlich als ein Ergebniss der Entwicklung in der Gegenwart ohne Zweifel an einzelnen Stellen wenigstens eine Zusammenballung der Bedarfsnuancen zu uniformem Massenbedarf constatiren können. Eine solche Tendenz zur Vereinheitlichung des Bedarfs wird erzeugt:

1. Durch die Entstehung grosser Unternehmungen auf dem Gebiete der Güterproduction und des Güterabsatzes. Solche grossindustrielle oder grosscommerzielle Abnehmer stellen gegenüber einer früher vorhandenen Mehrzahl kleiner Producenten, kleiner Händler oder einzelner Familienwirthschaften natürlich eine einheitlicher gestaltete Nachfrage dar. Beispielsweise: wenn das „Einmachen“ von Früchten, Gemüsen etc. von der Hausfrau und den Einzelgärtnern auf grosse Conservenfabriken übergeht und dadurch ein uniformer Blechbüchsenbedarf entsteht. Oder wenn eine Schuhfabrik für viele Hunderttausend Mark Leder auf einmal kauft, wo früher Tausende von Einzelschustern das Leder halbehäuteweise bezogen hatten. Oder wenn die grossen Brauereien nun viele Fässer einer Façon brauchen, während ehedem jede Kleinbrauerei ihre eigene Böttcherwaare hatte. Oder wenn die grossen Etablissements der Textilindustrie, der Schuhwaarenfabrikation, der Confection ganze Berge von Versandcartons einer und der-

selben Grösse und Art nöthig haben. Oder wenn das Vordringen moderner Geschäftsprincipien eine einheitliche Buchführung und damit die Nachfrage nach uniformen Contobüchern erzeugt.

Hierher gehören aber auch Fälle der Bedarfsverschiebung, die nicht so deutlich sich als Vereinheitlichung früher individualisirten Bedarfs darstellen, es aber im Grunde doch auch sind. Wenn die Geschäfte sich zu vergrössern die Tendenz haben, brauchen sie auch grössere Betriebsstätten. Die Concentrationstendenz der industriellen und commerziellen Unternehmungen bedeutet in den meisten Fällen eine Tendenz zur Ausdehnung der Baulichkeiten. Grössere Bauten haben aber für sehr viele Artikel eine Vereinheitlichung des Bedarfs zur Folge: Steine, Thüren, Fenster, Beschläge, Fussböden, Treppen, Beleuchtungs- und Beheizungskörper, Tische, Stühle — alles wird in grösserer Anzahl einheitlicher Art bedurft, wenn es zur Ausstattung eines grossen Gebäudes, statt zur Herstellung vieler kleiner dienen soll.

Aber ich rechne hier auch her die dimensionale Vergrösserung, die in Folge jener Grossbetriebstendenz einzelne Gegenstände erfahren: das eiserne Gerüste einer Bahnhofshalle oder eines Ausstellungsgebäudes stellt selbst die Vereinheitlichung des Bedarfs an früher verschiedenen kleinen Gerüsten gleicher Zweckbestimmung dar. Und wenn grössere Kessel, grössere Maschinen bedurft werden, so wird man die Entwicklung unter demselben Gesichtspunkt betrachten dürfen. Oder liegt etwas anderes vor als eine Vereinheitlichung des Bedarfs, wenn an die Stelle von mehreren Dutzend Sensen — von denen jede einzelne individualisirte Art theoretisch wenigstens zulässt — eine Mähmaschine, an die Stelle von hundert Einzelpflügen ein Dampfpflug tritt u. s. f.

2. Der Schatten, der der grosscapitalistischen Unternehmung folgt, ist das Proletariat. Seine Entstehung bedeutet aber wiederum nichts anderes als eine neue Tendenz zur Bedarfsvereinheitlichung. Die grossen uniformen Massen von meist unvermögenden Käufern, deren ganze bisherige Geschichte eine Uniformirung von Denken und Wollen bedeutet, die noch längst keine Zeit haben, sich zu individuellem Empfinden heraufzuentwickeln, stellen ganz begreiflicherweise Abnehmer von Massenwaare namentlich schlechtester Qualität dar. Man muss diese nothwendige Aufeinanderfolge der einzelnen Productionszweige in ihrer Entwicklung zu capitalistischer Gestalt wohl beachten. Man muss begreifen, dass eine capitalistische Schuhmacherei, Schneiderei, Tischlerei u. s. w. erst möglich wurde, nachdem die alten handwerksmässigen Formen der Textil- und Eisenindustrie in der Mühle des Capitalismus bereits zerrieben waren, wie noch des Näheren auszuführen sein wird.

3. Zu gleicher Zeit mit der Ausdehnung der grosscapitalistischen Unternehmungen wächst der Bedarf der öffentlichen Körper, was

abermals in vielen Fällen eine Vereinheitlichungstendenz erzeugt. Ist es doch stets eine Concentrirung der Nachfrage auf wenige Stellen, wodurch die individuelle Geschmacksbethätigung, oder war es auch nur die Zufälligkeit der Einzelbedarfsdeckung, an Spielraum verlieren. In dem Masse wie Staats- und Communalthätigkeit sich ausdehnen, wird in Zukunft der Bedarf vieler Gegenstände einen einheitlichen Charakter erlangen. Man könnte hier von einer Bureaukratisirung des Consums reden. Ein interessantes Beispiel für einen fernerliegenden Causalzusammenhang gedachter Art ist Folgendes: in der Schweiz sind bekanntlich die Lehrmittel in den Schulen verstaatlicht. Das hat zu einer solchen Uniformirung dieser Gegenstände geführt, dass nur noch Grossgeschäfte als Concurrenten bei der Lieferung in Frage kommen[1]).

4. Wie aber die grosscapitalistische Unternehmung nicht an Ausdehnung zunehmen kann, ohne die Lohnarbeiterschaft zu vermehren, so kann die Thätigkeit öffentlicher Körper nicht gesteigert werden, ohne dass das Heer der Beamtenschaft einen Zuwachs erhielte. Abermals ein Moment, das den Bedarf zu vereinheitlichen die Tendenz erzeugt. Denn mit dem Bureaukraten sowohl als dem in staatlichem oder städtischem Dienst stehenden Arbeiter wird eine Bevölkerungsschicht erzeugt, deren inneres und äusseres Wesen zunächst eine Uniformirung erfährt. Es zeigt sich das in der Gestaltung ihres Amtsbedarfs nicht minder als in der ihres Privatbedarfs: die einheitliche Kleidung ist für jene der besonders markante Ausdruck. Aber es wird im Allgemeinen nicht zweifelhaft sein, dass hundert Rathsdiener oder hundert Postsecretäre oder hundert Eisenbahnschaffner einen einförmigeren Privatbedarf haben werden als hundert Schuster, Schneider oder selbst Bauern. Die Schablonisirung ihres Gehirns wird viel weiter vorgeschritten sein dank dem völlig gleichen Milieu, in dem sie ihre Thätigkeit ausüben und damit die Vereinheitlichung ihres Geschmacks und Werthurtheils; aber auch ihre Einkommen sind durch die etatsmässige Zuweisung ganz gleicher Portionen viel mehr ausgeglichen, als es je die Einkommen nicht beamteter Personen, welchen Charakters auch immer, sein können.

Ist in den bisher besprochenen Fällen die Vereinheitlichung des Bedarfs durch das Auftreten neuer eigenartiger Abnehmerkreise hervorgerufen, so ist dasjenige, was man

5. die Collectivirung des Consums nennen kann, eine Erscheinung, die bei allen Consumentenschichten wenigstens im Gebiete der modernen Civilisation, in den Grossstädten, gleichmässig sich beobachten lässt. Darunter sind alle diejenigen Fälle zu verstehen, in

[1]) Vergl. Fachberichte aus dem Gebiete der schweizerischen Gewerbe (189 S. 210.

denen ein früher individuell oder familienweise befriedigter Bedarf nun für eine grössere Anzahl von Personen einheitlich gedeckt wird. Diese Entwicklung, wie man es auch bezeichnen kann, zur Socialisirung unseres Daseins vollzieht sich, wie Jeder weiss, an tausend und aber tausend Stellen zugleich: hier als ein Ergebniss der grossstädtischen Siedlungsweise überhaupt, wie in der Entstehung der Miethskasernen, der Vergnügungslokale, dort als besondere Folge fortgeschrittener Technik in der communalen Wasser-, Gas- und Electricitätsversorgung: häufig aber insbesondere als Begleiterscheinung der im Gefolge der grossstädtischen Entwicklung nothwendig sich vollziehenden Auflösung der früheren Privatfamilienwirthschaft. Sei es, dass weniger Familienwirthschaften überhaupt begründet werden: Zunahme des Ledigbleibens, Liebesverhältnisse oder sogar Ehen ohne das Fundamentum eines sog. häuslichen Herdes; sei es, dass die Familienwirthschaften immer mehr sich von der Last der Güterverarbeitung, Ausbesserung etc. zu befreien streben, bezw. zu befreien in der Lage sind.

Der Schwerpunkt der Bedarfsbefriedigung, mehr und mehr auch der des Nahrungsbedarfs, wird aus den Küchen und Stuben der Einzelhaushalte in die Speisehäuser und Café's verlegt[1]), was aber noch im Hause consumirt wird, kommt schon in fast völlig gebrauchsfertigem Zustand in die Familienwirthschaft.

Alles dies wirkt wie ersichtlich in gleicher Richtung auf die Gestaltung des Bedarfs ein, indem sie ihn vereinheitlicht. Denn so sehr auch meinetwegen die Speisekarte eines Restaurants oder einer Genossenschaftsküche reichhaltiger ist, als das Menu eines Einzelhaushalts: sie ist sicher nicht so buntscheckig wie die Gesammtheit der Menus in all den Familien sein würde, deren Glieder an einem Abend im Restaurant essen. Und selbst, wenn sie es wäre, so würde doch der Grossbedarf an den einzelnen Bestandtheilen der Nahrung: Brot, Fleisch, Kartoffeln, Geflügel, Gemüse etc. den Bezug viel grösserer Quantitäten einer und derselben Waare ermöglichen.

Was aber vielleicht bedeutsamer für die Vereinheitlichung des Bedarfs als alle vorhergehenden Entwicklungsmomente ist, ist eine innere Wandlung des Geschmacks, ist die bekannte Erscheinung der

6. Uniformirung des Geschmacks, wie sie sich im Gefolge der Ausbreitung grossstädtischen Wesens mit dem zunehmenden Com-

[1]) Dass diese Entwicklung erst in den Anfängen sich befindet, kann für den aufmerksamen Beobachter nicht zweifelhaft sein. Eine ganz gewaltige Förderung wird sie erfahren in dem Maasse, wie die genossenschaftliche Wirthschaftsführung an Ausdehnung gewinnen wird. Neuerdings hat diese Idee eine ebenso geistreiche, wie energische und besonnene Vorkämpferin in Frau Lily Braun gefunden. Siehe deren Schrift. Hauswirthschaft und Sozialdemokratie. 1901.

mercium in den modernen Staaten einzustellen pflegt. Ehedem entwickelt jede Landschaft ihren Geschmack und jeder Kleinstädter ist stolz auf seiner Väter Sitten: der Bürger trägt sich anders als der Bauer und dieser anders als der Edelmann. Die Auflösung alles ständischen und landschaftlichen Wesens durch die moderne capitalistische Entwicklung führt auch zu einer Nivellirung alles Geschmacks: von den grossen Centren des socialen Lebens, den Städten, aus werden jetzt Kleidung und Wohnungseinrichtung, wie jeder andere Güterbedarf in ihrer Eigenart für das ganze Land geregelt. Dass hier wiederum das Interesse der Grossproducenten nachgeholfen hat, ist gewiss. Aber im grossen Ganzen ist doch diese Vereinheitlichung des Geschmacks eine nothwendige Folge der ökonomischen Gesammtentwicklung [1]).

II.

Wichtig ist es aber, zu beachten, wie das grossstädtische Wesen den Bedarf selbst in seiner Art von Grund aus neu gestaltet. Ich nenne den Process, der sich hier vollzieht, die Urbanisirung des Bedarfs oder, wenn man will, Consums. Die Anforderungen an unsere Gebrauchsgüter werden andere und in dem Masse, wie sich der Gebrauchszweck umgestaltet, wandelt sich auch das Werthurtheil über nützlich und schön. Jedermann verbindet mit dem Ausdruck bäuerischer und städtischer oder gebildeter Geschmack eine ganz bestimmte Vorstellung. Will man den Unterschied in einem Worte zusammenfassen, so kann man vielleicht sagen, dass der Sinn für das Derbe, Solide, Dauerhafte geringer wird und an seine Stelle die Lust am Gefälligen, Leichten, Graziösen, am Chic tritt. Die Bauerndirne im schweren Faltenrock, den derben Rindslederschuhen, den bunten, dicken Wollstrümpfen, dem Mieder aus steifem Filz, dem groben Leinenhemd und dem plumpen Kopfschmuck, vielleicht gar mit Metallplatten, wie man es in Holland sieht, auf den festgeflochtenen Zöpfen, und dazu im Gegensatz die grossstädtische Confectioneuse in der hellen Battistblouse mit dem gelben Ledergürtel, den leichten Niederschuhen und den durchbrochenen Strümpfen, dem bunten Battisthemdchen und dem Matrosenhütchen auf dem Kopf mit der lose geschlungenen Haarlocke — sie drücken frappant die Extreme der beiden Bedarfs- und Geschmacksrichtungen aus, zwischen denen sich die Entwicklung bewegt hat. Wie es vor Allem der Wechsel des Gebrauchszwecks ist, der hier geschmackwandelnd gewirkt hat, dafür bietet die Geschichte des Schuh-

[1]) Eine anschauliche Schilderung der Umbildung des Geschmacks in Bezug auf die Kleidung in einem kleinen westpreussischen Städtchen (Löbau) findet man in U. IV. 195 f. 201. Die Mitwirkung der „Mode" bei diesem Unificirungsprocess wird unten S. 1701 und öfters gewürdigt.

werks ein lehrreiches Beispiel. Eine Bevölkerung, die auf dem Lande, und auch noch eine, die in schlechtgepflasterten Kleinstädten lebt, braucht vor allem dauerhaftes und wasserdichtes Schuhwerk. Der Schaftstiefel alten Stils, wie er sich noch heute auch in Grossstädten bei alten Professoren und Rechnungsräthen findet, dankt seine Entstehung einer Zeit und einer Strassenverfassung, als es noch gelegentlich angebracht war, die Beinkleider in den Stiefelschaft zu stecken, um dem Schmutze und der Feuchtigkeit ein Paroli zu bieten. Als man noch häufig zu Pferde stieg, um über Land zu reiten, waren die hohen Reiterstiefel die für Herren gegebene Fussbekleidung. Heute haben sich derartige schwerfällige Kleidungsstücke mit der „Wildschur“ und den Ohrenwärmern auf wenige unwirthliche Gebiete Ostelbiens zurückgezogen. Die stets saubere, wohlgepflasterte Stadt mit den plattenbelegten Bürgersteigen, das Reisen in der geheizten Eisenbahn, die Erfindung des Gummischuhes u. s. w. haben den Bedarf nach dauerhafter und wasserdichter Fussbegleitung eingeschränkt und statt dessen das Verlangen nach leichter, eleganter, wenn auch nicht so solider Schuhwaare rege werden lassen. Der alte Schaftstiefel, die „Röhre“, stirbt aus, von Gesichtspunkten der Hygiene, des Chics, der Bequemlichkeit aus erscheinen der Niederschuh, der leichte Knopf-, Schnür-, Zugstiefel als das zweckmässigere Kleidungsstück und ihre Herrschaftssphäre dehnt sich aus. Ebenso wie der ganz leichte Gesellschaftsschuh aus Lack oder Chevreau oder Atlas dank der schützenden Hülle der „Boots“ sich ein immer weiteres Absatzgebiet erobert: er, den ehedem nur die Damen in der Sänfte oder die Herrschaften im eigenen Gefährt riskiren konnten.

Aber was mir den grossstädtischen Bedarf vor allem zu charakterisiren scheint im Gegensatz zu dem ländlich-kleinstädtischen, ist seine viel grössere Unstetigkeit und Wandlungsfähigkeit. Damit kommen wir zu einer Veränderungstendenz in der modernen Bedarfsgestaltung, die allgemeineren Charakter trägt und vielfach auf Ursachen zurückzuführen ist, die nicht durch Vermittlung der Herausbildung städtischen Wesens, sondern directer wirksam sind. Wir werden deshalb eine gesonderte Betrachtung zu widmen haben der dritten grossen Umgestaltungstendenz im modernen Bedarf an gewerblichen Gütern, nämlich jener Entwicklungsreihe, die ich unter der Bezeichnung „Mobilisirung des Consums (und Bedarfs)“ zusammenzufassen für zweckdienlich halte.

III.

Es ist eine allbekannte Thatsache, deren Beobachtung sich jedermann aufdrängt, dass in unserer Zeit die meisten Güter kürzere Verbrauchsperioden haben als ehedem. Der Urväter Hausrath spielt heut zu

Tage nur noch eine geringe Rolle. Der junge Hausstand betritt mit völlig neuer Ausstattung den Plan, und während unsere Eltern noch Möbel, Betten, Wäsche, Bestecke und alles Geräth während ihrer Ehe — und mochten sie auch die goldene Hochzeitsfeier erleben — nur ausnahmsweise erneuten, ist es heute Regel, dafs auch in besseren Häusern schon nach zehn, zwölf Jahren der Erneuerungsturnus beginnt. Wir selbst trugen noch die zurechtgemachten Kleider der Eltern und Geschwister und der berühmte „Bratenrock" des Mannes, das Hochzeitskleid der Frau, spielten zumal in den unteren Klassen eine grosse Rolle: sie hielten ein Leben aus und schleppten von Geschlecht sich zu Geschlechte wie eine ewige Krankheit fort. Der Handel mit gebrauchten Sachen, die Auffrischung alter Gegenstände waren in früherer Zeit, noch um die Mitte des XIX. Jahrhunderts, blühende Erwerbszweige. Bildeten doch die Altwaarenhändler in den meisten Städten eigene Zünfte. Und welches schwunghafte Geschäft muss es dereinst gewesen sein, dieser Handel mit gebrauchten Sachen, wenn wir sehen, wie im 16. Jahrhundert die Notabeln von Frankreich Beschwerde führen über die gefährliche Concurrenz, die die Schiffsladungen mit alten Hüten, Stiefeln, Schuhen etc., die von England herüberkamen, den ansässigen Gewerbetreibenden bereiteten![1])

Jetzt spielt der Altwaarenhändler nur noch eine untergeordnete Rolle. In den Trödlerläden hängen jetzt die Reihen neuer Anzüge und Mäntel, wie sie aus der Werkstatt des Sweaters kommen, stehen neben altem Plunder immer mehr neue Tische und Spiegel aus gestrichenem Tannenholz.

Ueberall rascher Wechsel der Gebrauchsgegenstände, der Möbel, der Kleider, der Schmucksachen. Man ist heute schon ein conservativer Mann, wenn man seine Stiefel zweimal besohlen lässt, und über die Braut wird wohl gespöttelt, die noch wie ehedem die Hemden und Tischtücher von starkem Leinen dutzendweise in ihrem Wäscheschranke aufstapelt.

Was ist nun die Ursache dieser Wandelbarkeit, dieser Wechselfreudigkeit und Wechselhaftigkeit? Was ist es, das jene „Mobilisirung des Bedarfs" bewirkt hat?

Der oberflächliche Beobachter ist rasch mit der Antwort zur Hand. Er will den Grund für jene Aenderung der Consumtionsgewohnheiten ausschliesslich in der neuen Technik der Güterherstellung erblicken. „Die Sachen halten nicht mehr so gut wie früher", „bei den billigen

[1]) Beschwerde der Notabelnversammlung im Jahre 1597, dass die Engländer „remplissent le royaume de leurs vieux chapeaux, bottes et savates qu'ils font porter à pleins vaisseaux en Picardie et en Normandie." G. D'Avenel. Le mécanisme de la vie moderne, 1896, p. 32.

Preisen lohnt es sich gar nicht, lange an einem Gegenstande herumzuflicken: man wirft ihn weg, wenn er schadhaft ist und kauft einen neuen". Bei näherem Hinsehen entpuppt sich dieser Erklärungsversuch als nichtssagende Phrase: dass die Sachen heute weniger haltbar sind, für die man die entsprechenden Preise der früheren Zeit bezahlt, ist im Allgemeinen sicher nicht richtig; warum man aber wechselt, wenn man dank der Preisermässigung wechseln kann, bedarf offenbar erst der weiteren Begründung.

Eine solche mag man in den vielfach veränderten Lebensbedingungen erblicken, unter denen namentlich die Städter heut zu Tage leben. Von grossem Einfluss auf die Art der Bedarfsgestaltung ist hier offenbar die Verallgemeinerung der Miethswohnung gewesen. Sie hat das moderne Nomadenthum geschaffen und mit ihm die Abnahme der Lust am Dauernden, Festen, Soliden in der Wohnungseinrichtung. Schon dass diese fast nur noch aus „Mobilien" besteht — jetzt schon bis auf die Oefen (Dauerbrandöfen!) — während doch ehedem die Sitze in den Fensternischen, die Ofenbank, ja selbst das Bett und mancher andere Hausrath mit dem Hause verwachsen war, hat eine Tendenz erzeugt, die Gegenstände leichter, weniger für die Ewigkeit berechnet zu machen. Und gar erst die Mobilisirung der Menschen selbst: dieses ewige Herumziehen von Ort zu Ort, von Strasse zu Strasse in derselben Stadt: muss es nicht den Wunsch nach leicht transportabeln Möbeln und Gütern nahelegen? Man hält es kaum für möglich, wenn man liest, welchen Grad von Unstetigkeit die Bevölkerung heute erreicht hat. In einer Stadt wie Breslau von 400000 Einwohnern betrug (1899) die Zahl der umgezogenen Personen 194602, während innerhalb Hamburgs in demselben Jahre gar 212783 Parteien (!) ihr Domizil wechselten. Es wurden (1899) gemeldet (NB. ausschliesslich der Reisenden) [1])

in	Zugezogene	Abgezogene
Berlin	235611	178654
Breslau . . .	60283	54231
Hamburg . . .	108281	86245

Aber viel wichtiger ist doch der Umstand, dass mit der Veränderung der Technik und der äusseren Lebensbedingungen, was wir schon an verschiedenen Stellen zu constatiren Gelegenheit hatten, auch ein neues Geschlecht von Menschen herangewachsen ist. Menschen, die die Rastlosigkeit und Unstetigkeit ihres inneren Wesens auch in der äusseren Gestaltung ihres Daseins zum Ausdruck zu bringen trachten. Wir wollen den Wechsel unserer Gebrauchsgegenstände. Es macht

[1]) Jahrbuch deutscher Städte 9, 253.

uns nervös, wenn wir ewig ein und dasselbe Kleidungsstück an uns oder unserer Umgebung sehen sollen. Ein Abwechselungsbedürfniss beherrscht die Menschen, das oft geradezu zur Rohheit in der Behandlung alter Gebrauchsgegenstände ausartet. Ein Ehepaar richtet sein Haus kaltlächelnd zur silbernen Hochzeit von oben bis unten neu ein, als ob die fünfundzwanzig Jahre gemeinsamer Nutzung nicht tausend Fäden zwischen den Bewohnern und ihren Möbeln gesponnen hätten, die zu zerreissen empfindsamen Naturen als eine Barbarei erscheint. Aber das heranwachsende Geschlecht weiss nichts von der „Rührseligkeit“ und „Gefühlsduselei“ der früheren Zeit. Es ist härter geworden und damit sind auch die Beziehungen des Menschen zu den Gegenständen seines täglichen Gebrauchs jenes oft so gemüthvollen und romantischen Zaubers entkleidet, der in die Zimmer unserer Eltern trotz aller ästhetischen Versündigungen doch jene Wärme hineintrug, die heute den glänzenden Salons der Enkel — ach wie häufig! — fehlt.

Nun ist aber endlich zu einem beträchtlichen Theil der ewige Wechsel, den wir mit unseren Gebrauchsgegenständen vornehmen, gar nicht einmal Ausfluss einer freien Entschliessung. In ausserordentlich vielen Fällen untersteht der Einzelne dem Zwange, den die Sitte, den seine Gruppe auf ihn ausübt. Er wechselt, weil er wechseln muss. Der Wechsel ist aus einer individuellen eine sociale Thatsache geworden, und damit gewinnt er erst jene weittragende Bedeutung, die ihm heute innewohnt. Der Leser sieht, bis zu welchem Punkte die Untersuchung gefördert ist: wir stehen vor dem Problem des Modewechsels, und das Thema, dessen Lösung uns obliegt, erheischt eine Erklärung dieses Phänomens: eine Theorie der Mode.

Es ist schon manches kluge Wort über die Mode gesprochen und geschrieben worden. Von gelehrten Kulturhistorikern[1], von tiefgründigen Psychologen[2], von geistvollen Aesthetikern[3]. Nur wie wir das so gewohnt sind, wenn wir nach den Nationalökonomen fragen, die unsern Gegenstand etwa behandelt haben, so finden wir nur geringe Spuren ernsthafter Untersuchungen; meist nur Wiederholungen dessen, was Nichtfachmänner darüber geschrieben haben.

Durch alle Compendien und Lehrbücher schleppt sich der mässig gute Witz von Storch, der die Mode als „Meinungsconsumtion“ be-

[1]) Vergl. die Werke, die die Geschichte der Mode und Trachten behandeln: Falke, Die deutsche Trachten- und Modenwelt. Ein Beitrag zur deutschen Kulturgeschichte. 1858. Weiss, Kostümkunde. J. Lessing, Der Modeteufel und viele andere. Eine kurzweilige, populär geschriebene Geschichte der (Kleider-) Mode enthält die Schrift von Rud. Schulze, Die Modenarrheiten. 1868.

[2]) Vergl. z. B. G. Simmel, Zur Psychologie der Mode in der „Zeit“, 12. Okt. 1895.

[3]) Friedrich Theodor Vischer hat eine seiner amüsantesten Schriften unserem Thema gewidmet: Mode und Cynismus, zuerst 1878. 3. Auflage. 1888.

zeichnet hat. Darüber hinaus ist man bis heute, soviel ich sehe, nicht gekommen. Man zankt sich höchstens gelegentlich einmal darüber herum, ob bezw. bis zu welchem Grade die „Mode“ unter ethischem Gesichtspunkte verdammenswerth sei und damit basta.

Demgegenüber sind etwa Folgendes die hauptsächlichsten Momente, auf welche eine ökonomische Theorie der Mode Obacht zu geben hätte. Sie würde zunächst zu fragen haben, worin die Bedeutung der Mode für das Wirthschaftsleben zu suchen ist, und würde sie alsbald finden in dem Einfluss, den sie auf die Bedarfsgestaltung ausübt. Ueber den Begriff der Mode wird man sich nicht lange zu streiten brauchen. Man kann die Definition Vischer's: „Mode ist ein Allgemeinbegriff für einen Complex zeitweise gültiger Culturformen“ ohne grosse Bedenken annehmen, wenn man den einzelnen Bestandtheilen der Begriffsbestimmung nur den richtigen Sinn unterlegt. Für das Wirthschaftsleben sind es zwei nothwendige Begleiterscheinungen jeder Mode, die vornehmlich in Betracht zu ziehen sind:

1. die durch sie erzeugte Wechselhaftigkeit, aber ebenso, was häufig übersehen wird,

2. die von ihr bewirkte Vereinheitlichung der Bedarfsgestaltung. Denken wir uns eine Bedarfsgestaltung, die von der Mode unabhängig ist, so würde die Nutzungsdauer für den einzelnen Gebrauchsgegenstand vermuthlich länger, die Mannigfaltigkeit der einzelnen Gebrauchsgüter wahrscheinlich erheblich grösser sein. Jede Mode zwingt immer eine grosse Anzahl von Personen, ihren Bedarf zu unificiren, ebenso wie sie sie nöthigt, ihn früher zu ändern, als es der einzelne Consument, wäre er unabhängig, für erforderlich halten würde. Beides: Vereinheitlichung und Wechsel sind relative Begriffe. Wann insbesondere letzterer beispielsweise die „Tracht“ zur „Mode“ werden lässt, ist schwer durch eine Zeitangabe zu bestimmen. Man wird sagen dürfen, dass jede Geschmacksänderung, die zu einer Umgestaltung des Bedarfs während der Lebensdauer einer Generation führt, „Mode“ sei. Aber auf derartige begriffliche Unterscheidungen kommt es viel weniger an als auf die vergleichende Betrachtung der Art und Weise, wie die verschiedenen Zeiten ihre Bedarfsgestaltung Veränderungen unterworfen haben. Dies führt uns dazu, zu fragen: ob denn wirklich erst die Gegenwart es sei, die die „Mode“ in die Geschichte eingeführt habe, und mit welchem Rechte wir hier, wo es sich darum handelt, die Herausbildung des modernen Wirthschaftslebens zu schildern, die „Mode“ als einen Bestandtheil der Neuerungen bezeichnet haben.

Unzweifelhaft ist die „Mode“ keine dem 19. Jahrhundert eigene Erscheinung; wir werden ihre Entstehung, wenn sich von einer solchen überhaupt reden lässt, sicher in eine viel frühere Zeit verlegen müssen. Zwar möchte ich nicht so weit wie Julius Lessing gehen.

der den „Modeteufel“ in allen Jahrhunderten gleichmässig am Werke sieht: denn das Schelten auf neu eingeführte Kleidertrachten, wie wir es in der moralisirenden Literatur seit den Kirchenvätern finden, lässt doch nicht ohne weiteres auf die Existenz einer „Mode“ im modernen Sinne schliessen. Dagegen begegnen wir unzweifelhaft der echten Mode in den italienischen Städten schon des 15. Jahrhunderts [1]) und während des 16. und 17. scheint auch im Norden die „Modenarrheit“ erheblich an Ausdehnung gewonnen zu haben.[2]) In Venedig und Florenz gab es zur Zeit der Renaissance für die Männer vorgeschriebene Trachten und für die Frauen Luxusgesetze. Wo die Trachten frei waren, wie z. B. in Neapel, da constatiren die Moralisten, sogar nicht ohne Schmerz, dass kein Unterschied mehr zwischen Adel und Bürger zu bemerken sei. Ausserdem beklagen sie den bereits äusserst raschen Wechsel der Moden und die thörichte Verehrung alles dessen, was aus Frankreich kommt, während es doch oft ursprünglich italienische Moden seien, die man nur von den Franzosen zurückerhalte (Burckhardt).

Und die für die Machthaber köstliche Zeit des ancien regime, das Jahrhundert der Watteau, Boucher, Fragonard, Greuze können wir uns gar nicht anders als unter dem launischen Scepter der Modegöttin stehend vorstellen. Wenn Mercier an einer Stelle ausruft [3]): „il est plus difficile à Paris, de fixer l'admiration publique que de la faire naître; on brise impitoyablement l'idole qu'on encensait la veille et dès qu'on s'aperçoit qu'un homme ou qu'un parti veut dogmatiser, on rit: et voilà soudain l'homme culbuté et le parti dissous“, so hätte er diese Worte seinem ganzen Werke als Motto vorsetzen können, denn sie kennzeichnen die Wesenheit Alles dessen, was er uns von dem alten Paris erzählt.

Und trotzdem ist man versucht zu behaupten, dass das innerste Wesen der Mode sich erst in dem verflossenen Jahrhundert, ja erst seit einem Menschenalter voll entfaltet habe, dass jedenfalls erst in der letzten Zeit die Eigenarten der Mode sich bis zu einem Grade ausgeprägt haben, der sie befähigte, jenen bestimmenden Einfluss auf die Gestaltung des Wirthschaftslebens auszuüben, der allein uns an dieser Stelle das Interesse für die Mode einzuflössen vermag. Was aber die moderne Mode vornehmlich charakterisirt und was die Mode früherer Zeiten entweder gar nicht oder doch nur in einer unendlich viel geringeren Intensität besass, ist folgendes:

1) Vergl. J. Burckhardt, Cultur der Renaissance, 3. Aufl., 2 (1878), 111 ff.

2) Die Literatur beschäftigt sich immer häufiger mit der „Modenarrheit“: vergl. z. B. Ludw. Hartmann, Der à la mode-Teufel, 1675 (von Lessing citirt); oder die Stellen bei Horneck, Oesterreich über Alles, wenn es nur will (1684) S. 18.

3) Mercier, Tableau de Paris 2 (1783), 75.

1. die unübersehbare Fülle von Gebrauchsgegenständen, auf die sie sich erstreckt. Diese Mannigfaltigkeit wird erzeugt einmal durch die reichere Ausgestaltung der Güterwelt überhaupt. Was beispielsweise heut zu Tage zur Vollendung der weiblichen Toilette, was zum Bedarf eines Lôwen des Salons gehört, grenzt an das Fabelhafte. Und je unnützer der Gegenstand, desto mehr der Mode unterworfen. Was das Gigerl, wenn es in feldmarschmässiger Ausrüstung sich befindet, allein an „Gebrauchsgegenständen" ausser der completen Kleidung auf dem Leibe tragen muss, füllt zusammengelegt ein kleines Köfferchen an. Die Mannigfaltigkeit der „Modeartikel" wird aber des weiteren auch dadurch gesteigert, dass immer neue Kategorien von Gebrauchsgütern in den Bereich der Mode gezogen werden. So sind erst in neuerer Zeit recht eigentlich der Mode unterworfen nur von Bekleidungsgegenständen: Wäsche, Cravatten, Hüte, namentlich Strohhüte, Stiefel, Regenschirme u. A.;

2. ist es die absolute Allgemeinheit der Mode, die erst in unserer Zeit sich eingestellt hat. Während in der Renaissancezeit, trotz des beginnenden Einflusses Frankreichs, die Verschiedenheit der Mode selbst in den einzelnen Städten Italiens noch fortdauerte [1]) und doch immerhin auch im grossen Ganzen bis in's 19. Jahrhundert hinein, die Gleichförmigkeit der Bedarfsgestaltung auf je einen Stand, auf eine bestimmte sociale Klasse beschränkt blieb, ist es die Wesenheit unserer Zeit, dass mit der Ausdehnungsintensität gasförmiger Körper sich jede Mode binnen kürzester Zeit über den Bereich der gesammten modernen Culturwelt verbreitet. Die Egalisirungstendenz ist heute durchaus eine allgemeine und wird durch keine räumliche und keine ständige Schranke mehr aufgehalten. Endlich ist

3. das rasende Tempo des Modewechsels ein ebenfalls der Mode unserer Zeit charakteristisches Merkmal. Was wir aus vergangenen Jahrhunderten von dem Modewechsel erfahren, ist doch immer nur eine höchstens nach Jahren rechnende Verschiebung der Bedarfsgestaltung. Heute ist es kein seltener Fall mehr, dass beispielsweise eine Damenkleidermode in einer und derselben Saison vier- bis fünfmal wechselt. Und wenn wir bei irgendeiner „Mode" eine Lebensdauer von mehreren Jahren nachweisen zu können glauben, so setzt uns das höchlichst in Erstaunen und wir sprechen schon davon, wenn es sich um eine Kleidermode handelt, dass die betreffende Eigenart anfange, einen Bestandtheil unserer „Tracht" zu bilden: wie beispielsweise der Frack der Herren. Aber auch in diesem Falle betrifft die Dauer doch immer nur einen Typus als Ganzes betrachtet: an den Einzelheiten bosselt und nestelt die Mode gleichwohl immer weiter herum. Wer möchte beispielsweise

[1]) J. Burckhardt, a. a. O. S. 113.

den zwei- oder dreijährigen Frack nicht an der Unterschiedlichkeit in Schnitt und Stoff vom modischen Frack jederzeit zu erkennen sich anheischig machen?

„Wie ein unartiges Kind, das keine Ruhe giebt, so treibt es die Mode, sie thut's nicht anders, sie muss zupfen, rücken, umschieben, strecken, kürzen, einstrupfen, nesteln, krabbeln, zausen, strudeln, blähen, quirlen, schwänzeln, wedeln, kräuseln, aufbauschen, kurz, sie ist ganz des Teufels, jeder Zoll ein Affe, aber just auch darin wieder steif und tyrannisch, phantasielos, gleichmacherisch, wie nur irgend eine gefrorene Oberhofmeisterin spanischer Observanz; sie schreibt mit eisiger Ruhe die absolute Unruhe vor, sie ist wilde Hummel und mürrische Tante, ausgelassener Backfischrudel und Institutsvorsteherin, Pedantin und Arlekina in einem Athem.“ [1])

Was ist es nun aber, das alle diese der Mode eigenthümlichen Züge gerade in unserer Zeit, die sich selbst mit Vorliebe das Prädikat der aufgeklärten beilegt, so scharf herausgearbeitet hat? Diese Frage ist naturgemäss schon oft aufgeworfen und ebenso oft beantwortet worden, aber ich muss gestehen, dass keiner der Erklärungsversuche mich voll befriedigt. Ich meine nicht jene Deutungen des Wesens der Mode überhaupt. Hier sind die Untersuchungen Simmel's und Vischer's derart, dass ihnen kaum etwas Neues hinzugefügt werden könnte. In dem Grundgedanken dieser beiden Schriftsteller, dass die Mode „eine besondere unter jenen Lebensformen darstellt, durch die man ein Compromiss zwischen der Tendenz nach socialer Egalisirung und der nach individuellen Unterscheidungsreizen herzustellen sucht“ (Simmel), ist sicher die psychologische Eigenart modemässigen Verhaltens richtig zum Ausdruck gebracht, sondern ich meine jene Theorien, die die intensive Entfaltung der Modehaftigkeit in unserer Zeit, die Durchtränkung des gesammten socialen Lebens der Gegenwart mit Mode, die insbesondere die oben namhaft gemachten Specifica der modernen Mode zu erklären sich anheischig machen. Sie tragen alle ein ausgesprochen doctrinärgekünsteltes Gepräge: wenn Vischer beispielsweise die stark ausgeprägte Modehaftigkeit der Gegenwart als eine Frucht der scharfen Zuspitzung der Reflexion ansieht, zu welcher die Gedankenströmungen des 18. Jahrhunderts das Bewusstsein gewetzt und geschliffen haben. Man merkt ihnen auf den ersten Blick an, dass ihre Verfasser keine rechte Vorstellung haben von der Art und Weise, wie denn „die Mode“ heutigen Tags entsteht, also auch nicht von den treibenden Kräften, die bei ihrer Bildung hauptsächlich thätig sind. Mir scheint aber, als ob eine genaue Kenntnis dieser Vorgänge uns allein in Stand setzt, den unserer Zeit eigenthümlichen Verumstandungen

---

[1]) Vischer, a. a. O. S. 52.

bei der Bildung der Mode auf die Spur zu kommen und also auch allein die Mittel an die Hand giebt, die aufgeworfene Frage sachgemäss zu beantworten.

Um die ausserordentlich complicirten Zusammenhänge, um die es sich bei der Entstehung der Mode handelt, möglichst deutlich zur Anschauung zu bringen, greife ich eine bestimmte Geschäftsbranche, in der die Mode ja eine hervorragende Rolle spielt, heraus: die Damenkleidung, und werde zunächst einfach erzählen, wie in ihr die Entwickelung der Mode sich zu vollziehen pflegt.[1])

Nehmen wir zum Ausgangspunkt ein Breslauer Damenmäntel-Confectionshaus und treten wir in seine Geschäftsräume etwa in der Pfingstwoche 1900 ein. So sehen wir die Detailverkaufsräume naturgemäss angefüllt mit Jackets und Mänteln, die im Frühjahr und Sommer 1900 bedurft werden und deren Schicksal uns hier nicht interessiren soll; wir finden dagegen die grossen Engrosverkaufshallen voller Kleidungsstücke, die im Winter 1900/1901 getragen zu werden bestimmt sind. Es sind einstweilen nur „Collectionen", „Musterungen", nach denen die zureisenden Händler der Provinz ihre Bestellungen machen, dieselben Collectionen, mit denen in der Woche nach Pfingsten der Schwarm der Reisenden auf der Suche nach Kunden ausserhalb Breslaus auszieht. Diese Mäntel und Jacken tragen eine Mode: die Mode des kommenden Winters. Wie ist sie entstanden? Zunächst sagen wir einmal auf dem Wege der Inzucht: Zeichner unseres Breslauer Hauses haben in Anlehnung an die herrschende Sommermode Entwürfe für Wintersachen gemacht, die dann zur Ausführung gebracht sind: nach Gutdünken. Aber in der Hauptsache ist es doch fremder Geist, der in den Kleiderregalen unseres heimischen Geschäftes haust: die meisten der dort ausgestellten Stücke sind nach Berliner Modellen, die der Leiter des Geschäfts ein paar Wochen vorher in der Reichshauptstadt bei den tonangebenden Confectionären, den Mannheimer und Consorten eingekauft hat. Unser Weg zur Quelle der Mode führt uns also zu-

[1]) Die folgende Darstellung beruht im Wesentlichen auf eigener Anschauung und Aussprache mit Grossindustriellen und Grosshändlern der verschiedenen Branchen. Das einzige, was aus der Literatur zu verwenden ist, ist das Werk von Coffignon, Les Coulisses de la Mode (ca. 1888), dem ich viel Anregung verdanke. Es ist aber durchaus feuilletonistisch-skizzenhaft gehalten. Ferner bieten einen reichen Stoff an Einzelthatsachen, die freilich erst für die Zwecke der wissenschaftlichen Verwerthung zurechtgemacht werden müssen, die zahlreichen Fachzeitschriften, deren jede Branche ein halbes Dutzend und mehr besitzt, namentlich die österreichischen, französischen und amerikanischen. Ganz besonders reichhaltig ist die deutsche Zeitschrift „Der Confectionär", der während der Saison zweimal wöchentlich in Nummern von je 64 Folioseiten erscheint. Die im Text gegebene Darstellung ist an der Hand des Inhalts der letzten Jahrgänge des „Confectionärs" auf ihre Richtigkeit hin geprüft worden.

nächst nach Berlin: welcher Eingebung verdanken die Berliner Muster ihr Dasein? Theilweise wiederum eigener Conception: ein grösserer und gewandterer Stab von Dessinateuren, die im Dienste der Berliner Confectionäre ihre Kunst verwerthen, hat aus den Vorlageblättern für die Sommermode durch zweckentsprechende Abänderungen der Wintermode 1899/1900 — auf diese Veränderungen kommt es vor Allem an — eine neue Wintermode heraus destillirt: hat beispielsweise die durchbrochenen Aermel der Sommermode 1900 auf die Winterkleider der kommenden Saison aufgeklatscht — nebenbei ganz unsinniger Weise und rein mechanisch, denn der Durchbruch, der in der Sommertoilette seine tiefere Bedeutung hat, wird zur Faxe bei der Wintermode. Aber auch an den Berliner Collectionen, die den Codex für die Provinzen Deutschlands abgeben, ist nur ein Theil eigene Erfindung. Ganz wesentlich haben auf ihre Gestaltung wiederum auswärtige Modelle eingewirkt: diesmal Pariser Modelle, die die Berliner Confectionäre im Laufe des Winters 1899/1900 in Paris eingekauft haben. In Paris beschäftigen sich zahlreiche Geschäfte überhaupt nur mit der Anfertigung und dem Vertrieb solcher Muster; es sind die sogen. Maisons d'échantillonneurs. Woher haben diese Häuser ihre Mode? Auch sie haben sie nicht selbst erzeugt, auch sie leuchten im Wesentlichen mit fremdem Licht. Dieses Licht aber, in dem die „Echantillonneurs“ leben, ist endlich die Centralsonne, von der alle Mode in unserer Branche ausstrahlt: es sind die grossen Schneider der halben Ganzwelt und ganzen Halbwelt in Paris. Sie sind es, die die Originalmode schaffen, in unserem Falle also die Wintermode 1900/1901 für Leitomischel und Krotoschin im Frühling, Sommer, Herbst 1899 geschaffen haben.

Es ist ein Studium für sich, ein höchst originelles und interessantes Kapitel: die Genesis der Pariser Mode, von dem ich nur einzelne wenige Stücke hier wiedergeben kann.[1])

Bekannt auf der ganzen Erde als Gebilde ganz eigenartiger Natur sind die grossen Meister der Schneiderkunst: die „grands couturiers“, die „tapissiers des femmes“, wie sie sich selbst lieber nennen hören, von denen Michelet sagen zu sollen glaubte: „pour un tailleur, qui sent modèle et rectifie la nature je donnerais trois sculpteurs classiques“. Ihre Zahl ist nicht gering. Selbst führende Häuser giebt es fast ein Dutzend, unter denen wiederum Rouff und Lafferière, Pingat und Worth, neuerdings vor allem Doeuillet und Doucet an Macht und Ansehen hervorragen. Diese ganz Grossen sind in der „Kreirung“ der Mode fast autonom; ganz selten, dass sie sich einer „Anregung“

[1]) Vergl. noch ausser den bereits genannten Schriften: G. Worth, La couture et la confection des vêtements und Circulaire Nr. 14 der Serie A des Musée social (30. Jun. 1897): „L'industrie de la couture et de la confection à Paris“.

bedienen, die ihnen die vendeurs d'idées, die „dessinateurs de figurines“, deren es etwa 12 in Paris giebt, gegen klingende Münze zukommen lassen. Nur in Ausnahmefällen auch folgen sie den Anweisungen ihrer Klientel.

Diese ist im Wesentlichen nur ihr Organ, ist nur das Instrument, auf dem sie spielen. Vor allem die grossen tonangebenden Kokotten und nächst ihnen die Heldinnen der Bühne — im Frühjahr 1899 beispielsweise die Me Bartet als Francillon, heuer mit Vorliebe die Réjane, die der Mannequin Doucet's ist — dienen dazu, die meisten Schöpfungen der genannten Herren, wie der Ausdruck lautet, zu „lanciren“. Dieweil aber die Herrschaft der Demimondaine über Paris naturgemäss im Winter geringer ist als in der guten Jahreszeit, so liegen die eigentlichen Schöpfungstage der Mode im Frühjahr und Herbst: es sind der Firistag im Salon, der Concours hippique, die Rennen von Auteuil und namentlich der Grand Prix in den Longchamps, während des Frühjahrs, neuerdings auch ein Grand Prix im Herbst. Schlägt die neue Mode ein, so folgen die Mondaine der Demimondaine bald nach und der Fortpflanzungsprocess, den wir oben geschildert haben, kann beginnen, bis er sein Ende $1^1/_2$—2 Jahre später in den kleinen posenschen Städtchen an der russischen Grenze erreicht.

Wir sagten: die europäisch-amerikanische Kleidermode sei die ureigene Schöpfung des Parisers Schneiders. Das ist nun aber doch nur mit einiger Einschränkung richtig: es bezieht sich nämlich nur auf die „Façon“ der Kleidungsstücke. Machen wir uns aber klar, dass unser „Meister“ ja doch sein Werk componiren muss unter Zuhilfenahme irdischer Stoffe; er bedarf der Seide und Wolle, des Samtes und Pelzwerks, der Spitzen und Rüschen, der Passamente aller Art, der Knöpfe und Schnallen, der Federn und Blumen, kurz einer unendlichen Fülle gewerblicher Erzeugnisse, die ihre Geschichte schon hinter sich haben, wenn sie in die Hände der Couturiers gelangen, deren Mode also auch vorher schon gebildet sein muss. Zweifellos übt der „schöpferische“ Schneider auch Einfluss auf die Moderichtung in allen Branchen aus, deren Erzeugnisse ihm für sein Werk dienen: im grossen Ganzen aber nimmt er die Stoffe und Zuthaten, wie sie ihm die verschiedenen Industrien liefern, zum Ausgangspunkt für seine eigene Composition. Auf unserer Wanderung ins Heimathland der Mode sind wir also abermals auf ein ferneres Ziel hingewiesen: wir müssen die Modebildung in den Hilfsindustrien der Schneiderei ins Auge fassen.

Und abermals stossen wir auf das Bureau von Dessinateurs, die im Dienste der kapitalistischen Unternehmer „Muster“ und „Modelle“, sei es für Stoffe, für Besätze, für Behang zeichnen, die von den Fabriken ausgeführt und dann in Mustercollectionen zusammengestellt der Kund-

schaft (die in diesem Falle nie der letzte Consument, sondern immer nur wieder ein Fabrikant oder Händler ist) zur Auswahl vorgelegt werden. Wer sich nicht eigene Zeichner halten kann, abonnirt sich auf solche neue „Dessins". In der Textilbranche giebt es in Paris Specialgeschäfte für Musteranfertigung, bei denen die grossen Webereien des In- und Auslands ihren Bedarf an neuen Gedanken, „Dessins", gegen Bezahlung einer Pauschalsumme in jeder Saison zu decken in der Lage sind. In einzelnen Branchen wurden die Muster der neuen Mode durch Beschluss der Vertreterschaft der betreffenden Industrie gleichsam kanonisirt. So giebt die „Chambre syndicale de fleurs et des plumes" alljährlich eine Farbenkarte heraus, die maassgebend ist für alle Blumen- und Federerzeugung. Sie wird bestimmt wiederum auf Grund der Seidenbandmuster, die von den Lyoner Seidenbandfabrikanten zur Ansicht versandt werden und ist dann zum Preise von 3 Mk. überall käuflich.

So ergiebt sich schon ein Netz gegenseitiger Abhängigkeitsbeziehungen zwischen den einzelnen Industriezweigen selbst nach dieser etwas schematisirten Darstellung. In Wirklichkeit ist es ein noch unendlich complicirterer Process, in dem die Mode zum Leben und zur Verbreitung gelangt. Denn wenn es auch theoretisch nur für die grossen Züge der Damenmodeentwicklung richtig ist, dass im Winter 1898/99 die Stoff- und Knopfmode in den französischen Industrien creirt wird für die Kleider und Mäntel, die das provinziale Ostdeutschland im Winter 1900/1901 trägt, so ist doch zu bedenken, dass dieser gradlinige Entwicklungsgang durch zahlzeiche Tendenzen in verschiedenster Richtung durchkreuzt wird: dadurch dass deutsche oder andere Schneider und Confectionäre die französische Mode nach dem Original copiren. ohne des umständlichen Vermittlungsmechanismus zu bedürfen, den wir unserer Schilderung zu Grunde legen; dadurch, dass die „Dessins" und Mustercollectionen z. B. in der Textilindustrie eher Verbreitung finden als die daraus gefertigten Kleidungsstücke, also selbstständig modebildend wirken können; dadurch, dass die zahlreichen Fachzeitschriften und Modejournale die neue Mode schon fast im Momente ihrer Entstehung, ja theilweise noch in ihrem embryonalen Zustande in alle Welt verbreiten helfen: „Die Horcher wollen vernommen haben", schreibt beispielsweise der „Confectionär" am I. Juni 1899, „dass Meister Worth und Pingat für die Confection, die Mäntel und Paletots der Herbstsaison dem engeren Aermel ihre Gunst entziehen . . . . Bei Redfern wird man Herbstmodelle schaffen, die aus zweierlei Stoff gehalten sind . . . . Bei Francis in der Rue Auber will man den Karpfen sich zum Muster nehmen . . . Doucet wird versuchen mittelst der Mme Réjane das Empirekleid wieder zu lanciren u. s. w. u. s. w." Endlich bleibt auch zu bedenken, dass neben dem Hauptcentrum Paris auch noch kleinere Centren in bescheidenen Grenzen modebildend wirken. Theils

dadurch, dass sie Licht von der Centralsonne des Geschmacks borgen: wenn die ausländische Gräfin oder Gesandtenfrau Dessins, die sie bei einem berühmten Pariser „dessinateur de figurines“ erworben hat, bei ihrer Wiener, Londoner oder St. Petersburger Schneiderin zur Ausführung bringen lässt. Gelegentlich aber wohl auch durch Eigenschöpfung: mit dem Rennen zu Ascot im Juni, mit dem Wiener Derby ist immerhin zu rechnen. Es ist wenigstens möglich, dass an diesen Tagen eine neue Mode englischer oder Wiener Inzucht das Licht der Welt erblickt und ihren Rundgang durch Europa-Amerika ausnahmsweise nicht von Paris aus beginnt.

Aber das alles betrifft nun erst die eine — allerdings wohl wichtigste — Provinz des Reiches der Mode. Für die übrigen gelten vielfach abweichende Gesetze. So ist das Centrum für die Entstehung der Herrenmoden noch immer die Umgebung des Prinzen von Wales, dessen Herrschaft namentlich für Hutformen und Cravattenfarben weit über die Grenzen beider Indien hinausreicht. Schuh und Stiefel sind besonders capriciös in Bezug auf die Mode. Sie empfangen ihre Weisungen vielfach aus Amerika, seitdem Wiens Einfluss zurückgegangen ist und ihre Mode, könnte man sagen, wird auf abstractere Weise lebendig: oft nur durch Vermittelung der Fachzeitschriften und Modejournale, ohne das Dazwischentreten (im eigentlichen Sinne) eines lebendigen Fusses oder Füsschens. Gelegentlich lancirt aber auch dieses eine specielle Mode. So kamen die Molièreformen der Schuhe erst auf, nachdem die Otero damit den Ostender Strand im Jahre 1899 beschritten hatte u. s. f.

Ich denke aber, dass das Mitgetheilte genügen wird, um daraus Aufschluss über die Fragen zu entnehmen, die uns beschäftigen. Was nämlich als entscheidende Thatsache aus dem Studium des Modebildungsprocesses sich ergiebt, ist die Wahrnehmung, dass die Mitwirkung des Consumenten dabei auf ein Minimum beschränkt bleibt, dass vielmehr durchaus die treibende Kraft bei der Schaffung der modernen Mode der capitalistische Unternehmer ist. Die Leistungen der Pariser Cocotte und des Prinzen von Wales tragen durchaus nur den Character der vermittelnden Beihilfe.

Alle Eigenarten der modernen Mode, wie wir deren einige oben aufgezählt haben, sind also aus dem Wesen der capitalistischen Wirthschaftsverfassung zu erklären: eine Aufgabe, deren Lösung nunmehr nicht die geringsten Schwierigkeiten mehr bereitet.

Der Unternehmer, mag er Producent, mag er Händler sein, ist durch die Concurrenz gezwungen, seiner Kundschaft stets das Neueste vorzulegen, bei Gefahr ihres Verlustes. Wenn ein halb Dutzend Grossconfectionäre um den Absatz bei einem kleinstädtischen Kleiderhändler

sich bemühen, so ist es ganz ausgeschlossen, dass sie sämmtlich nicht mindestens auf der Höhe der neuesten Mode sind; die Tuchfabrik, die einem grossstädtischen Schneider auch nur ein um wenig Monate älteres Dessin schicken, die Baumwollenfabrik, die dem Modewaarenbazar nicht die letzte Neuheit anbieten würde, scheiden von vornherein aus dem Wettbewerbe aus. Daher das weitverbreitete Streben des Unternehmers, mindestens auf dem Laufenden zu bleiben, sich stets in den Besitz der neuesten Mustercollectionen, der neuesten Vorlageblätter zu setzen. Hier liegt die Erklärung für die Verallgemeinerung der Mode. Und sofern es einer ganzen Categorie von Geschäften darauf ankommen muss, das obige „Mindestens" zu überbieten, durch reizvolle Neuheiten den Kunden überhaupt zum Kauf und zwar zum Kauf bei ihnen zu veranlassen, erzeugt die capitalistische Concurrenz die zweite Tendenz der modernen Mode: die Tendenz zum raschen Wechsel.

Ueberall aber, wo wir den Producenten selbst am Werke sahen, um durch eigene „Weiterbildung" Neues zu schaffen, wo der Confectionär oder Textilwaarenfabrikant eigene Dessinateure unterhält, gar aber erst bei den Geschäften, die nur dadurch bestehen, dass sie andere Neuheiten liefern: überall dort wird ein Herd für ein wahres Neuerungsfieber geschaffen. Man saugt sich das Blut aus den Nägeln, martert das Hirn, wie es denn möglich zu machen sei, immer wieder und wieder etwas „Neues" — und darauf kommt es im Wesentlichen an — auf den Markt zu werfen. Ich will hier einen Stimmungsbericht aus der Textilbranche wiedergeben, der mut. mut. für alle Geschäftszweige zutrifft und die Situation in ein helles Licht setzt. Es heisst da in der Nummer des „Confectionärs" vom 11. Mai 1899, dass die „Musterungen" (für das Frühjahr 1900) begonnen haben und dann weiter: „Dieser kostspielige, schwierige Theil unserer Fabrikation verursacht von Saison zu Saison mehr und mehr Kopfzerbrechen. Die Frage: was mustern? ist eine leicht gestellte, aber ungemein schwer zu beantwortende. Neue Sachen, neue Artikel, neue Dessins sollen gebracht werden. Leicht war dies für Fabrikanten und Musterzeichner noch vor einigen Jahren, als dies Gebiet noch nicht so ausgetreten und die Nachfrage eine bessere war. Aber jetzt, wo die geradezu riesenhaften Anstrengungen allenthalben gemacht worden sind und noch gemacht werden, wo man bereits alles mögliche im Laufe der letzten Jahre gemustert und gebracht hat, wo man jede Verzierungsform, seien es nun Blätter und Blüthen oder ornamentale Sachen, Diagonalen, langgestreifte und traversbildende Muster nach jeder erdenklichen Richtung hin ausgebeutet hat; jede Bindung und jeden Versatz durchprobirt und in Anwendung brachte, und jedes Garn in allen nur möglichen Bindungen und Zusammenstellungen verarbeitete, jetzt ist es für Fabrikanten, Musterchef und Musterzeichner schwer, oft geradezu eine Sorge: die Zusammenstellung

der neuen Collectionen. Vor einigen Jahren genügte es vollkommen, wenn die Musterzeichner eine Collection abgesetzter Sachen, worunter höchstens noch einige Rheingoldstreifen sich befanden, vorlegte. Man wählte eine Anzahl Dessins für Atlasfond, Ripscrême und einige einfache Grundbildungen, bestellte noch einige Rheingoldstreifen und Trauercrêpes und war mit dem Musterzeichner fertig. Tauchte einmal etwas Neues auf, und das war damals nicht schwer, so wurde eine oder mehrere Saisons nebst der jetzt gänzlich verschwundenen Nachmusterung fast weiter gar nichts gemacht, als (folgt eine Aufzählung stereotyper Muster). Alles dieses waren Artikel, welche andauernd und mit Erfolg gemustert wurden."

Bei dieser Sachlage ist es leicht verständlich, dass die Fabrikanten hocherfreut sind, wenn ihnen von irgendwoher die Möglichkeit geschaffen oder vergrössert wird, „Neuerungen" an einem Artikel vorzunehmen, mit anderen Worten, ihn der Mode mehr als bisher zu unterwerfen. So lesen wir in einemBericht aus der Cravattenbranche (Confectionär vom 13. VII. 1899): „Es ist nicht zu verkennen, dass der Cravattenfabrikation ein sich immer mehr vergrösserter Spielraum bei der Auswahl der Stoffe eingeräumt wird . . . Die früher als verpönt geltenden Nüancen schmeichelten sich allmählich ein. Je mehr die Farbenscala an Umfang gewinnt, um so interessanter und vortheilhafter dürfte sich das Geschäft für die Fabrik und den Detailleur gestalten. weil unter diesen Bedingungen häufiger ein radicaler Genrewechsel vor sich gehen kann, den die früheren Verhältnisse verboten. Die Mode ist in das Gebiet der Herrencravatten-Confection eingezogen und regt alle betheiligten Factoren zu rühriger Thätigkeit an."

Damit nun aber dieses immer heftigere Concurrenzstreben der Unternehmer untereinander auch wirklich immer den Effect des Modewechsels habe, müssen noch einige andere Bedingungen in dem socialen Milieu erfüllt sein, so wie es heute der Fall ist. An sich wäre es ja möglich, dass ein Concurrent dem andern durch grössere Güte oder Billigkeit einer nach Form und Stoff unveränderten Waare zuvorzukommen suchte. Warum durch den Wechsel der Mode? Zunächst wohl deshalb, weil hierdurch noch am ehesten ein fictiver Vorsprung erzeugt wird, wo ein wirklicher nicht möglich ist. Es ist immerhin noch leichter, eine Sache anders, als sie besser oder billiger herzustellen. Dann kommt die Erwägung hinzu, dass die Kaufneigung vergrössert wird, wenn das nene Angebot kleine Abweichungen gegenüber dem früheren enthielt: ein Gegenstand wird erneuert, weil er nicht mehr „modern" ist, trotzdem er noch längst nicht abgenutzt ist: die berühmte „Meinungsconsumtion" Storch's. Endlich wird damit der von uns gekennzeichneten Stimmung des Menschen heutzutage Rechnung getragen, die dank ihrer inneren Unrast auch eine gesteigerte Freude am

Wechsel haben. Aber der entscheidende Punkt ist mit alledem noch nicht getroffen; das ist vielmehr folgender: Es ist einer der Haupttricks unserer Unternehmer, ihre Waare dadurch absatzfähiger zu machen, dass sie ihr den Schein grösserer Eleganz, dass sie ihr vor Allem auch das Ansehen derjenigen Gegenstände geben, die dem Consum einer socialen höheren Schicht der Gesellschaft dienen. Es ist der höchste Stolz des Commis, dieselben Hemden wie der reiche Lebemann zu tragen, des Dienstmädchens, dasselbe Jackett wie seine Gnädige anzuhaben, der Fleischersmadam, dieselbe Plüschgarnitur wie Geheimraths zu besitzen u. s. w. Ein Zug, der so alt wie die sociale Differenzirung zu sein scheint, ein Streben, das aber noch niemals so vortrefflich hat befriedigt werden können, wie in unserer Zeit, in der die Technik keine Schranken mehr für die Contrefaçon kennt, in der es keinen noch so kostbaren Stoff, keine noch so complicirte Form gibt, als dass sie nicht zum Zehntel des ursprünglichen Preises alsobald in Talmi nachgebildet werden könnten. Nun ziehe man des Weiteren in Betracht das rasend schnelle Tempo, in dem jetzt irgend eine neue Mode zur Kenntniss des Herrn Toutlemonde gelangt: mittels Zeitungen, Modejournalen, aber auch in Folge des gesteigerten Reiseverkehrs etc.

Wie mir ein hiesiger Confectionär klagte: vor ein paar Jahren noch, wenn da der Reisende mit der neuen Mustercollection in der kleinen Stadt ankam und seine Koffer auszupacken begann, da sammelte sich ein Kreis staunender Bewunderer um das Mädchen aus der Fremde und ein Ah! nach dem andern entrang sich den Lippen der Zuschauer. Jetzt heisst es: „Ja, aber ich bitte — da habe ich neulich in meinem Journal von der und der neuesten Façon gelesen: die fehlt ja ganz, wie mir's scheint, in Ihrer Collection, werther Herr“ . . . Und kaum, dass die Mode bekannt geworden, der lange Damenpaletot in den Gesichtskreis der Ostrowoer Schönen getreten ist, so liefert die Confection ihn, der eben noch nicht unter 80 Mark zu haben war, „genau denselben“ auch schon für 30 Mark. Und wenn eben mit Mühe und Noth eine Sommerhemdenfaçon für Herren gefunden schien, die nicht jeder Ladenschwengel tragen konnte: die ungestärkten, bunten Oberhemden mit festen Manchetten, weil sie zu theuer waren, so hängen im nächsten Sommer schon gleichfarbige Vorhemdchen mit ebenfalls weichem Einsatz aus zum Preise für 1 Mark das Stück u. s. w. Dadurch wird nun aber ein wahres Steeplechase nach neuen Formen und Stoffen erzeugt. Denn da es eine bekannte Eigenart der Mode ist, dass sie in dem Augenblick ihren Werth einbüsst, in dem sie in minderwerthiger Ausführung nachgeahmt wird, so zwingt diese unausgesetzte Verallgemeinerung einer Neuheit diejenigen Schichten der Bevölkerung, die etwas auf sich halten, unausgesetzt auf Abänderungen ihrer Bedarfsartikel zu sinnen. Es entsteht ein wildes Jagen, dessen Tempo in dem

Maasse rascher wird, als die Productions- und Verkehrstechnik sich vervollkommnen, nach ewig neuen Formen. Kaum ist in der obersten Schicht der Gesellschaft eine Mode aufgetaucht, so ist sie auch schon entwerthet dadurch, dass sie die tiefer stehende Schicht zu der ihrigen ebenfalls macht: ein unterbrochener Kreislauf beständiger Revolutionirung des Geschmacks, des Consums, der Production.

Eine wichtige Rolle in diesem Prozesse, der die innerste Natur der modernen „Moderaserei" erst zum Verständniss bringt, spielen die modernen grossen Detailhandelsgeschäfte, namentlich die Grands magasins de nouveautés. Eins ihrer beliebtesten Manöver ist es, irgend einen Kleiderstoff oder sonstigen Modeartikel, nachdem die allererste Hochfluth der Nachfrage in den führenden Kreisen der ganzen und halben Welt vorüber ist, in grossen Posten bei den Fabrikanten zu bestellen, so dass sie ihn erheblich billiger beziehen, und ihn dann als Lockartikel zum Selbstkostenpreise abzugeben: die Folge ist, dass alle Damen, die gern à la mode sich kleiden oder einrichten möchten, und deren Portemonnaie doch nicht gross genug dazu ist, es den obersten Zehntausend nachzuthun, nun die Gelegenheit begierig ergreifen, die „dernière nouvauté" im Bon Marché oder Louvre en masse zu kaufen, die dann natürlich aufgehört hat, überhaupt noch von „anständigen" Menschen benutzt werden zu können.

Mit dieser letzten Gedankenreihe sind wir schon aus dem Kreis der Betrachtungen herausgetreten, denen dieses Capitel gewidmet war: der Umgestaltung des Consums, und haben schon hinübergegriffen in den Bereich des nächsten Abschnittes, der die Neugestaltung der Absatzformen zur Darstellung zu bringen hat.

Wir nehmen Abschied von dem reizvollen Capitel von dem „à la Mode-Teufel" und der Art, wie er in der Gegenwart sein oft genug drolliges Wesen treibt, mit der Empfindung, dass unsere Ausführungen den Zusammenhang in aller Deutlichkeit aufgewiesen haben, der auch zwischen dem Phänomen der Mode und unserer Wirthschaftsorganisation besteht. Man wird nicht zu fürchten brauchen, der Uebertreibung geziehen zu werden, wenn man behauptet: die Mode ist des Capitalismus liebstes Kind: sie ist aus seinem innersten Wesen heraus entsprungen und bringt seine Eigenart zum Ausdruck wie wenig andere Phänomene des socialen Lebens unserer Zeit.

Soeben erschien:

Vorlesungen

über die

Pathologische Anatomie des Rückenmarks.

Unter Mitwirkung von

Dr. Siegfried Sacki, Nervenarzt in München.

Herausgegeben von

Dr. Hans Schmaus,

A. O. Professor u. I. Assistent am pathologischen Institut in München.

Mit 187 theilweise farbigen Textabbildungen.

Preis M. 16.—

Auszug aus Besprechungen.

. . . . Die Vorlesungen von Schmaus über die pathologische Anatomie des Rückenmarkes sind das erste und einzige jetzt existirende Werk, in welchem die verschiedenen Krankheiten dieses Organes auf Grund streng anatomischer Forschung in zusammenhängender Form bearbeitet sind. . . . .

. . . . Die zahlreichen, nach Originalpräparaten des Verfassers hergestellten vortrefflichen Abbildungen tragen wesentlich zum leichteren Verständniss des überaus klar und anregend geschriebenen Textes bei. . . . .

. . . . Schmaus, welcher gerade in der Erforschung der pathologischen Anatomie des Nervensystems schon Hervorragendes geleistet hat, hat sich durch die Herausgabe des vorliegenden Werkes ein grosses Verdienst und damit gewiss auch den Dank der Kliniker und Aerzte erworben; denn thatsächlich wird durch das ausgezeichnete Werk eine empfindliche Lücke in der medicinischen Literatur endlich ausgefüllt.

Professor Hauson i. d. Münch. med. Wochenschrift.

Ein vortreffliches Buch, das fürs erste einzig in seiner Art ist. Es verbindet kurze klinische Darstellung der Krankheitsbilder mit sorgfältiger, ja erschöpfender Beschreibung ihrer anatomischen Grundlagen. Dabei ist die vorurtheilsfreie, objektive Betrachtung und Deutung des Verhältnisses von klinischem Bilde einerseits und anatomischem Befunde andererseits für den Leser ein seltener Genuss. *St. Petersburger mediz. Wochenschrift Nr. 27, 7. Juli 1901.*

Das Buch ist sehr anregend geschrieben; für den Inhalt bürgt der Name des Verfassers. Die Ausstattung ist über jedes Lob erhaben.

Deutsche Medizinal-Zeitung.

Die vielgebrauchte, nahezu schon stereotype Redewendung von der „Ausfüllung einer längst gefühlten Lücke in der Litteratur“ lässt sich auf das vorliegende Werk thatsächlich voll und ganz anwenden. Bei der Unsumme der in den verschiedenen Zeitschriften verstreuten Mittheilungen über pathologisch-anatomische Befunde am Nervensystem that wahrlich ein Buch noth, welches in systematisch zusammenfassender Weise den Stand unserer gegenwärtigen Kenntnisse von der pathologischen Anatomie, wenigstens für das Rückenmark, lehrt. Dass dabei auch die normale Anatomie, z. B. die Lehre von dem Aufbau der weissen Substanz u. s. w., nicht zu kurz kam, versteht sich von selbst. Die Ausstattung des Buches ist sehr hübsch. Nicht weniger als 187, zum grossen Theile farbige Abbildungen finden sich im Texte, welche meistens nach Originalpräparaten gezeichnet sind. Das Buch kann jedem bestens empfohlen werden.

Centralblatt f. d. Grenzgebiete der Mediz. Chirurgie.

Druck von Carl Ritter in Wiesbaden.